

Sape<sup>®</sup>

# SAPE SEO RESEARCH 2023

Исследование рынка SEO  
и линкбилдинга

 Участник



# Об исследовании

Sape'

Исследование рынка проводилось в феврале-марте 2023-го. Участники ответили на 27 вопросов о факторах ранжирования, линкбилдинге и трендах SEO.

## Цели исследования



Интегрировать ключевые тренды в SEO и линкбилдинге: показать обобщенное мнение участников рынка о поисковой оптимизации и поделиться инсайтами.



Синхронизировать продукты Sape с основным вектором развития рынка SEO — ждите важные и ценные обновления в ближайших релизах.

# Участники опроса

Sape

Исследование составлено по итогам опроса **296 человек**:

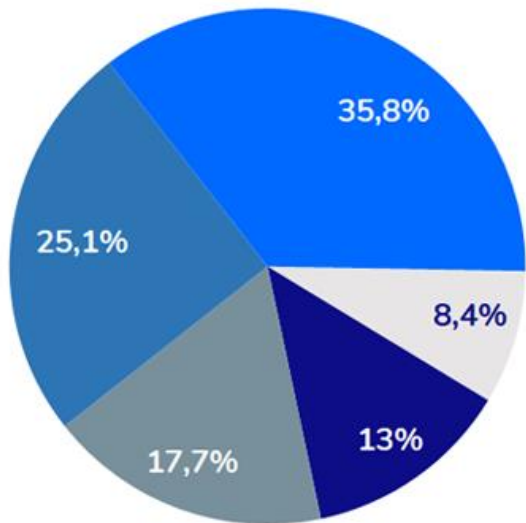
ФРИЛАНСЕРОВ

INHOUSE-СПЕЦИАЛИСТОВ

СОТРУДНИКОВ И РУКОВОДИТЕЛЕЙ DIGITAL-АГЕНТСТВ

Кроме опроса, мы провели **ряд глубинных интервью с признанными экспертами рынка** — их мнения также отражены в исследовании.

# Опыт респондентов



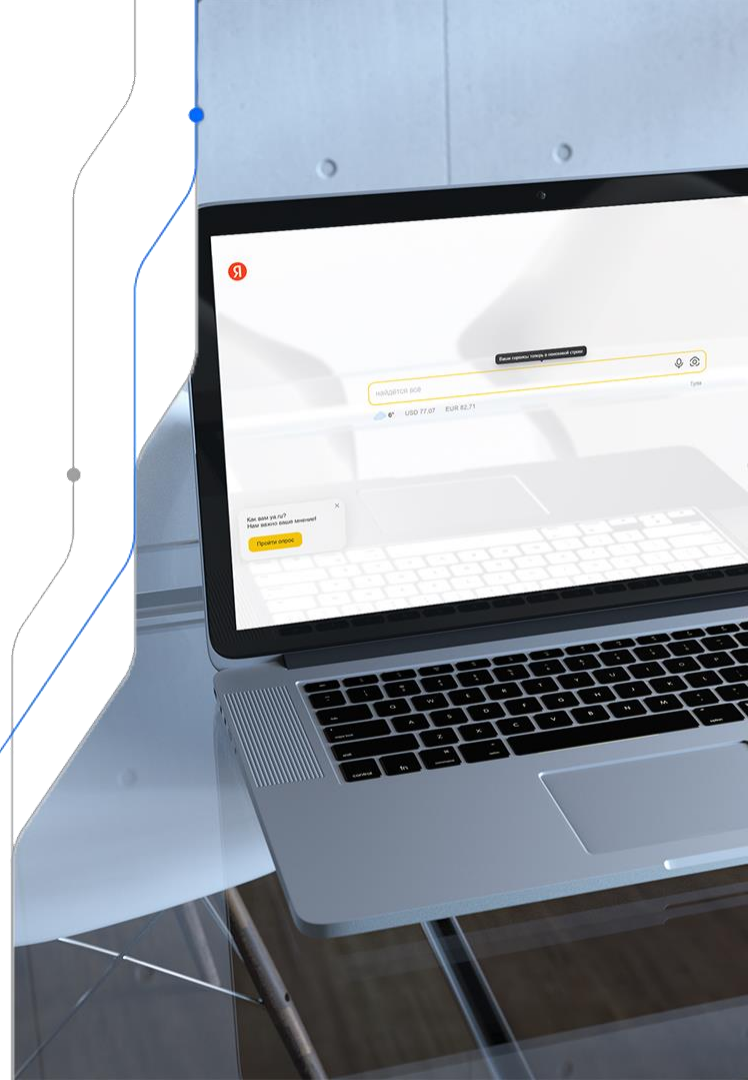
■ Менее года   ■ 1-2 года   ■ 2-5 лет   ■ 5-10 лет   ■ Более 10 лет

**91,6% опрошенных работают в SEO более года.**

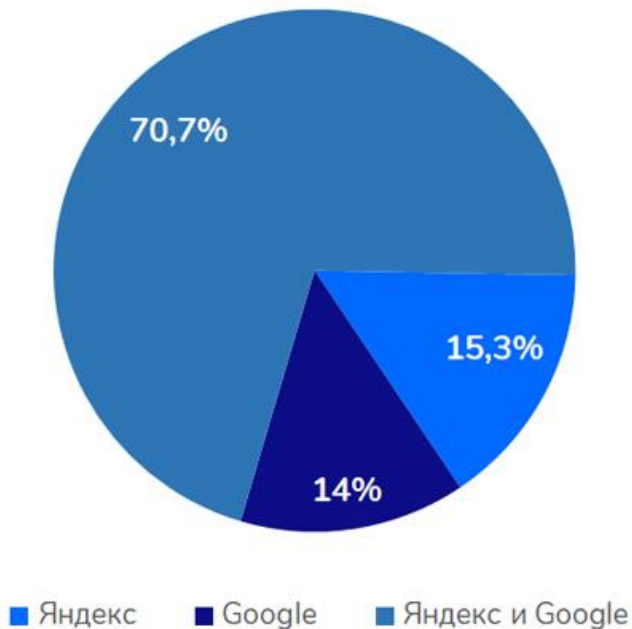
Подавляющее большинство — 60,9% — не менее 5 лет.

# Sape

## 1. Поисковая оптимизация и рынок SEO



# Под какие поисковые системы продвигаете сайты?

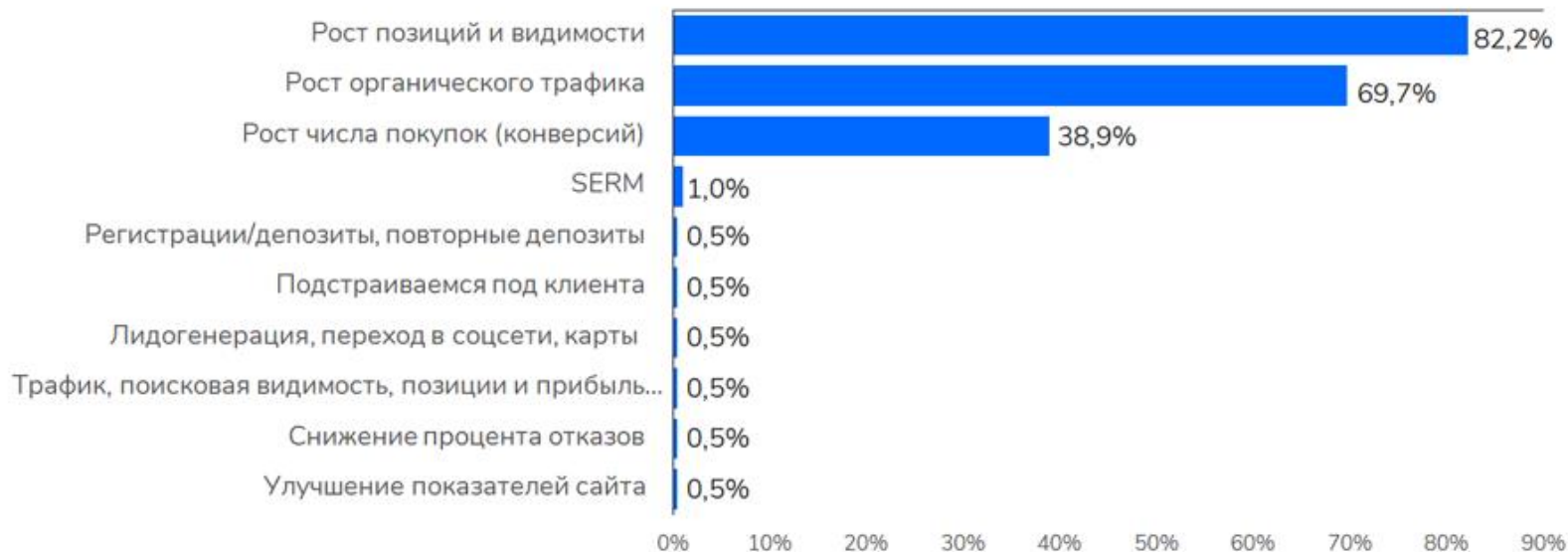


Явного перевеса в сторону одной из поисковых систем нет. Это говорит о том, что привлечение трафика интересно из обоих поисковиков. Учитывайте это в ваших SEO-стратегиях.

**Большинство опрошенных (70,7%) продвигают сайты под Яндекс и Google одновременно.**

# Как измеряете эффективность SEO?

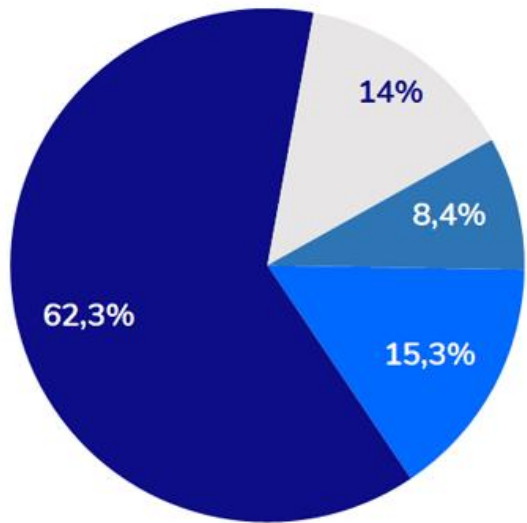
Работа на рост позиций и видимости (с аналогичными KPI) – традиционный и самый популярный подход на рынке SEO-продвижения.



Остальные факторы, включая поведенческие показатели и репутацию в Сети, набрали менее 0,5%.

Кроме вариантов ответа из списка предлагалось также дать ответ в свободной форме.

# Используете накрутку поведенческих факторов в Яндексе? Sape



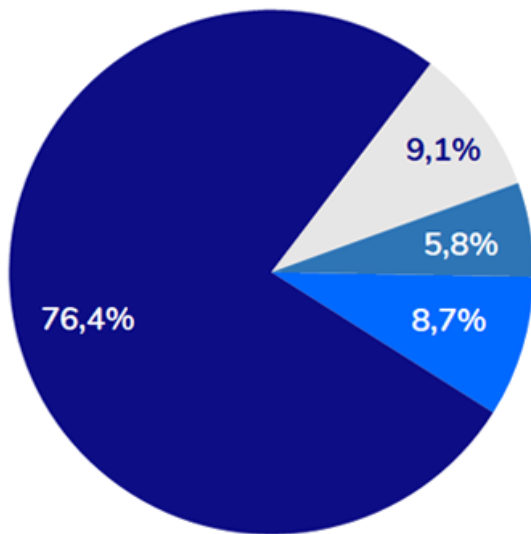
■ Да ■ Нет ■ Сейчас нет, но планирую ■ Уже нет

**Подавляющее большинство, 76,3%, не используют накрутку поведенческих факторов.**

Отметим, что данные собраны на основе официальных позиций SEO-специалистов. В реальности число тех, кто готов открыто заявить об использовании накруток, мало. По нашим оценкам, количество тех, кто использует накрутку поведенческих факторов, может быть выше на 30–40%.



# Используете накрутку поведенческих факторов в Google?



■ Да ■ Нет ■ Сейчас нет, но планирую ■ Уже нет

Ответы показывают, что Google еще более категоричен в плане санкций за накрутки, чем Яндекс.

В целом по рынку наблюдаем, что популярность накрутки поведенческих факторов в Google сильно ниже, поскольку их значимость для ПС невелика. В ЕЕАТ-алгоритмах Google ПФ уступают ссылочным факторам, экспертности, уникальности и авторитетности контента.

# Экспертное мнение

Sape

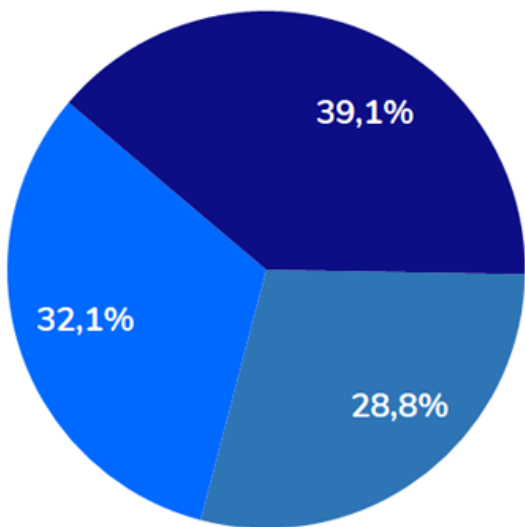


**Артем Каминский**

Руководитель группы  
специалистов по поисковому  
продвижению [Ingate](#)

— Никому не советую использовать накрутку поведенческих факторов, так как это может привести к серьезным санкциям. Вместо этого улучшайте сайт, используя аналитику, работу над юзабилити и оптимизируйте путь пользователя. Это более эффективный и безопасный подход к улучшению показателей сайта и повышению его рейтинга.

# Как считаете, российский SEO-рынок стал больше или меньше за последний год?



- Рынок вырос за последний год
- Рынок не изменился за год
- Рынок снизился за год

Судя по примерно равному распределению ответов, в действительности рынок остался плюс-минус тем же по объему, что и был годом ранее.



**Алексей Губерман**

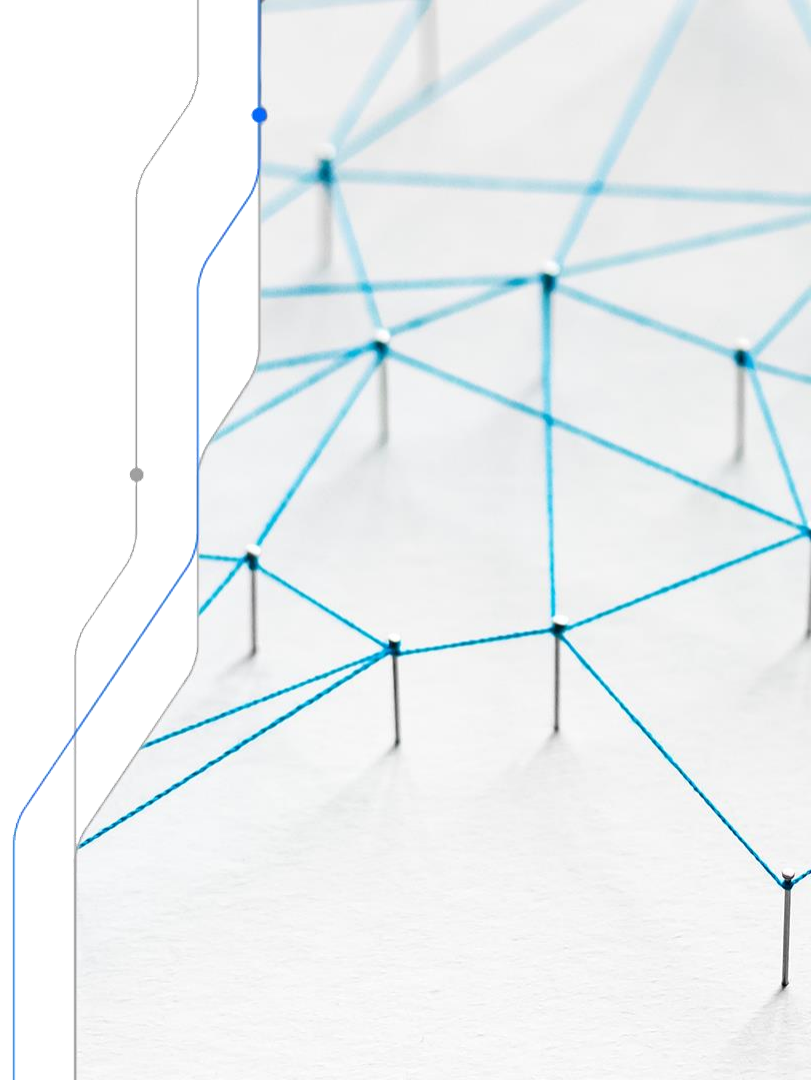
Руководитель отдела  
поисковой оптимизации  
«[Ашманов и партнеры](#)»

— Если кратко, то рынок, скорее всего, ждет гонка бюджетов.

Недавние алгоритмические изменения Google и развитие нейросети Яндекса не привнесли существенных изменений в SEO-сферу. Если вы уже длительное время активно работаете над улучшением метрик сайта и поведением пользователей, вам нужно продолжать в том же духе. Однако количество конкурентов на рынке будет расти, что потребует больших вложений в бюджеты для привлечения внимания клиентов. Бизнесы постепенно понимают что, чтобы догнать лидеров, например, в e-commerce, нужно сильно вкладываться. Это касается не только SEO, но и маркетинга.

Sape'

## 2. Линкбилдинг



# Как формируете бюджет на ссылки?



**Примерно половина рынка – 53% – не делает ссылочную стратегию, а это чревато низкой эффективностью. Именно поэтому мы можем слышать на рынке, что ссылки не работают.**

Кроме вариантов ответа из списка предлагалось также дать ответ в свободной форме.

# Какие параметры используете для подбора донора?



## Топ-3 факторов — тематичность сайта, трафик домена и ИКС.

Отметим, что 49,3% SEO-специалистов учитывают тематичность страницы-донора, а не обязательно тематичность всего сайта.

Также интересно, что язык сайта важнее доменной зоны. Это может говорить о том, что в качестве региональности ориентируются именно на язык.

# Экспертное мнение

Sape<sup>®</sup>



**Рамазан Миндубаев**

Руководитель SEO в агентстве  
[TRINET.Group](https://trinet.group)

— Для выбора арендных ссылок мы ориентируемся на несколько параметров. В первую очередь, смотрим на показатель видимости, сколько ключей ранжируется в топ-50 и топ-10. Также проверяем трафик донора, смотрим на Sape Rank и тематичность.

Если донор имеет хорошую видимость, достаточный трафик и позиции по ключевым запросам, то мы считаем, что этот сайт подходит для размещения арендных ссылок.



# Экспертное мнение

Sape<sup>®</sup>

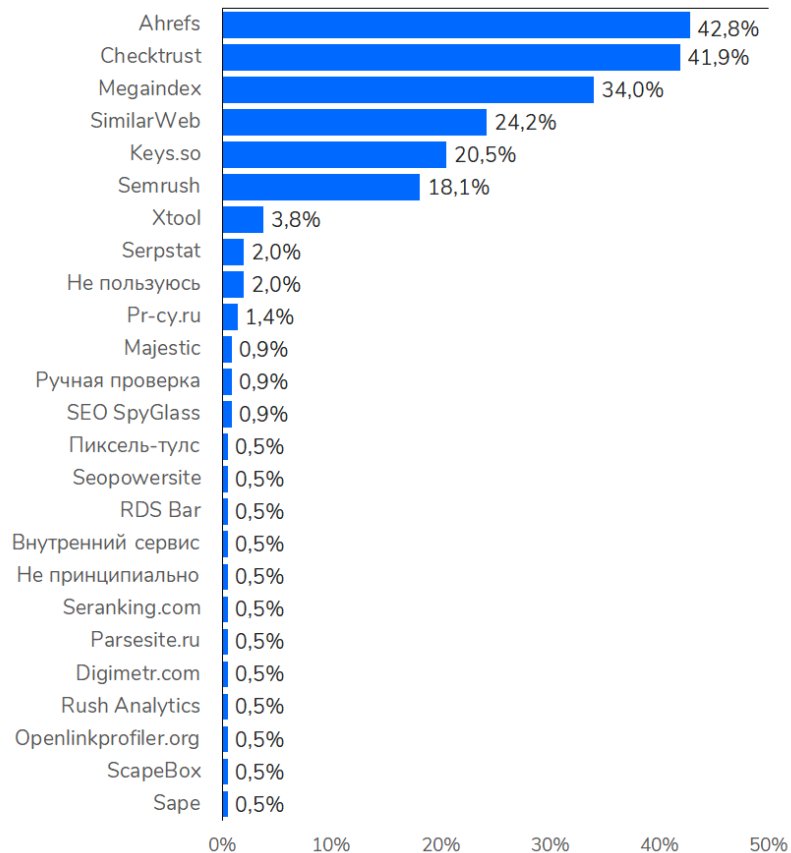


**Евгений Дронов**

Ведущий SEO-аналитик  
[Ingate](#)

— Обращаем внимание на трафик донора. При этом важно не только наличие трафика, но и его положительная динамика. Мы стараемся выбирать живые и посещаемые площадки. Кроме того, обращаем внимание на DR и SR (Sape Rank) донора. Сайт должен нормально индексироваться и в Google, и в Яндексе, иметь хорошие пузомерки и ИКС.

# Какими сервисами пользуетесь для анализа доноров? Sape<sup>®</sup>



**Ahrefs – лидер, во многом благодаря известности.**

За ним идут Checktrust и Megaindex – также известные и предлагающие более бюджетные тарифы.



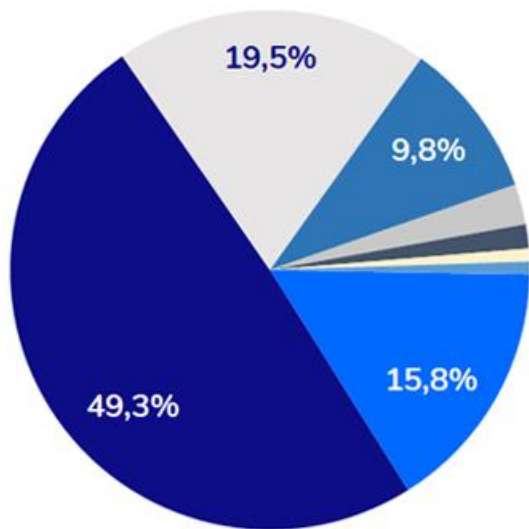
**Алексей Губерман**

Руководитель отдела  
поисковой оптимизации  
«[Ашманов и партнеры](#)»

— Помимо известных инструментов для анализа ссылочного профиля сайта - SimilarWeb, Checktrust и Ahrefs, мы дополнительно используем менее популярный сервис SEO SpyGlass. Он видит немного другие ссылки, чем Ahrefs и часто видит больше ссылок.

Вообще полезно использовать несколько сервисов для проверки, поскольку каждый инструмент имеет свои уникальные особенности и может предоставить ценную информацию, которую другие инструменты не увидят. Это помогает более полно и точно оценить качество и эффективность внешних ссылок на сайте.

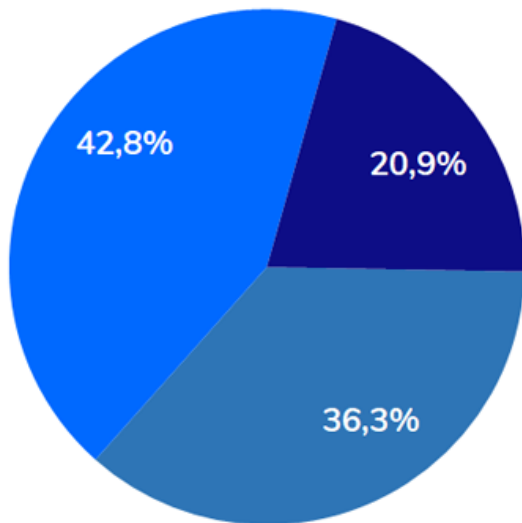
# Какое среднее число новых ссылок вы закупаете на 1 проект в месяц?



Видна самая частая стратегия: 68,8% опрошенных покупают 10–50 ссылок ежемесячно.

При этом большинство ставит до 20 ссылок в месяц.

# Актуальны ли санкции от Яндекса за линкбилдинг?

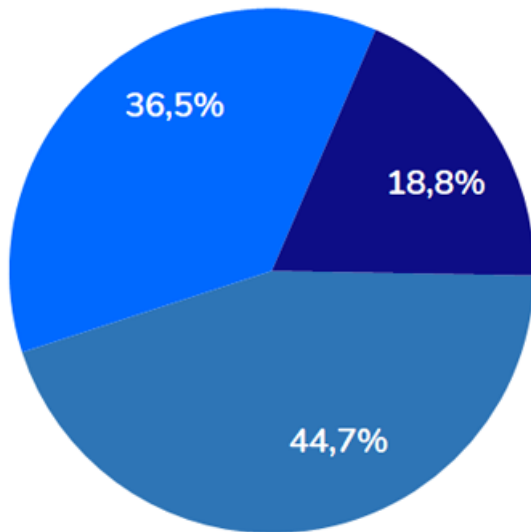


- Проблема санкций актуальна
- За последние годы вероятность санкций сильно снизилась
- Санкций уже нет несколько лет

Около трети опрошенных, 36,3%, по-прежнему опасаются санкций.

**Большинство же за то, что либо их вероятность значительно смягчилась, либо санкции вовсе пропали.**

# Актуальны ли санкции от Google за линкбилдинг?



- Проблема санкций актуальна
- За последние годы вероятность санкций сильно снизилась
- Санкций уже нет несколько лет

**Судя по ответам, Google ведет более жесткую политику санкций.**

Здесь уже 44,7% опрошенных считают, что они все еще актуальны, и лишь 18,8% уверены, что их нет.

# Экспертное мнение

Sape



**Артем Каминский**

Руководитель группы  
специалистов по поисковому  
продвижению [Ingate](#)

— В Яндексе санкций нет уже несколько лет. Не знаю даже, что сейчас нужно сделать, чтобы он начал наказывать за ссылки. Существует вероятность получения санкций за использование линкбилдинга в Google. Хотя мы лично не сталкивались с такой проблемой, но если использовать неосторожный подход к закупке ссылок, то риск получения санкций существует.

# Какие у вас ожидания и прогнозы по линкбилдингу на 2023 год?



**Сергей Шабуров**

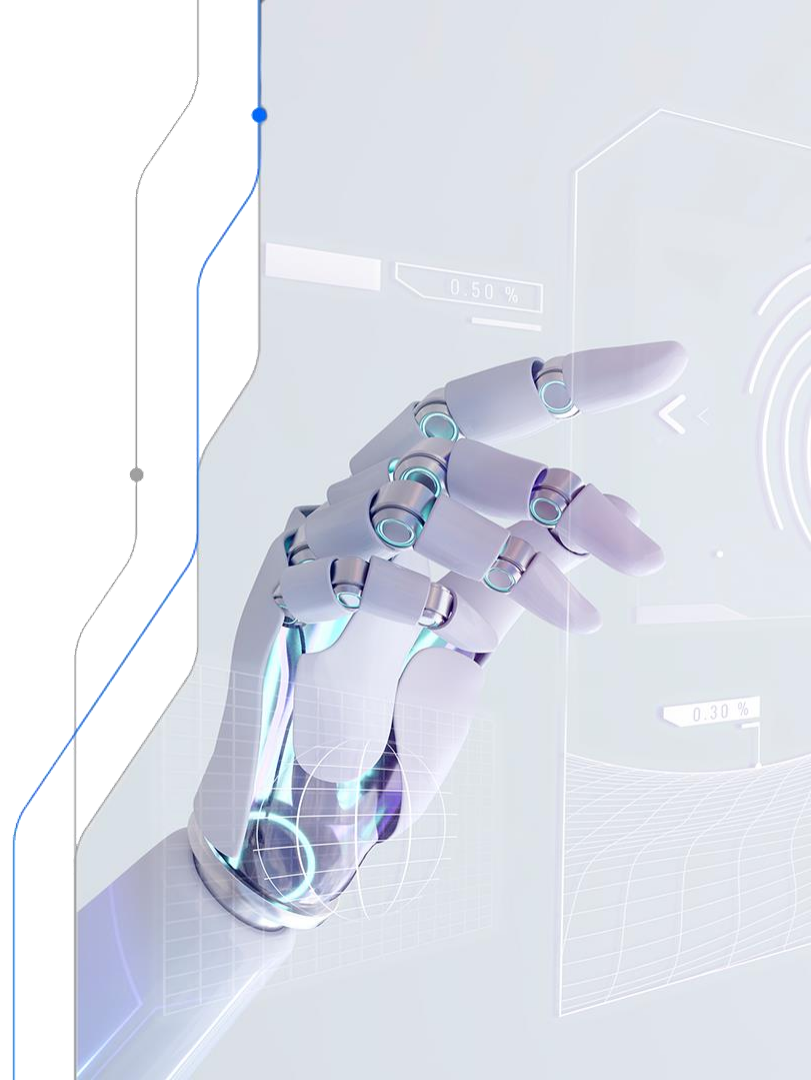
Руководитель отдела  
поисковой оптимизации  
[Kokoc.com](https://kokoc.com) (Кокос Group)

— Думаю, линкбилдинг будет развиваться в 2023, точнее даже возрождаться, если мы говорим про Рунет. До эпохи «Минусинска» линкбилдинг хорошо развивался, но после внедрения нейросетей в Google и «Палеха» в Яндексе стал стагнировать и снижаться. А теперь, наверное, начнет расти. Вижу вектор развития на поиск качественных доноров и создание PBN-сеток.

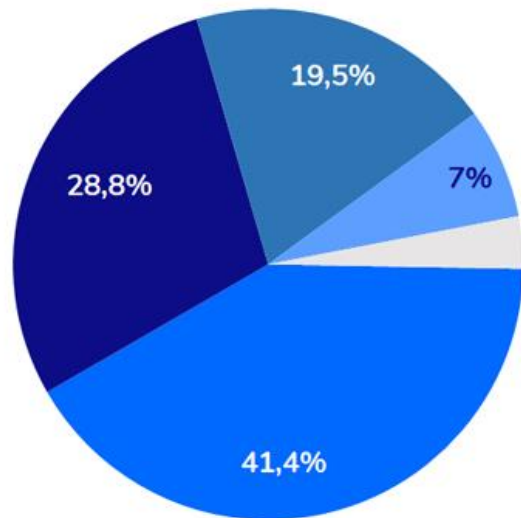


Sape'

### 3. Тренды



# Продвигаете ли вы зарубежные проекты?



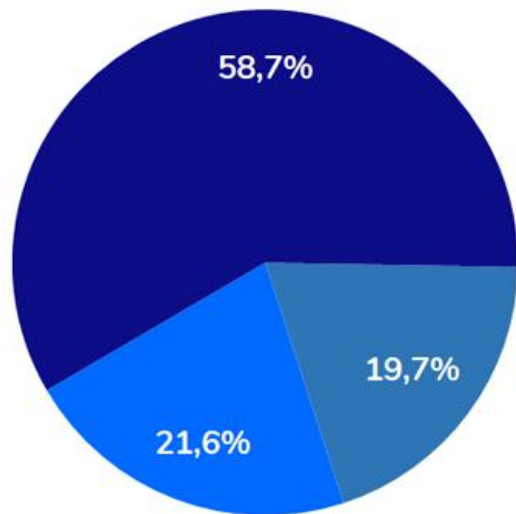
■ Проектов нет и не планирую  
■ 1-2 проекта  
■ 10-30 проектов

■ Проектов нет, планирую и изучают тему  
■ От 3 до 10 проектов  
■ Более 30 проектов

**Несмотря на санкции, 29,8% участников опроса продвигают зарубежные проекты.**

Еще 28,8% планируют их вести в ближайшем будущем.

## Используете ли вы в работе сервисы, основанные на нейросетях?

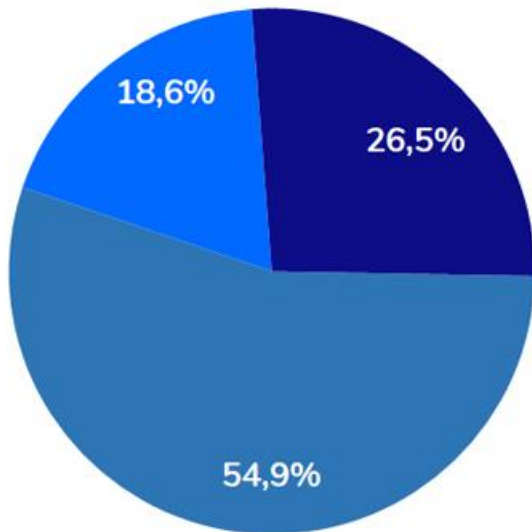


■ Да, использую активно   ■ Пробовал, но не использую   ■ Нет

Несмотря на активный шум про нейросети в медиасреде, в реальности мало кто их применяет. Пока всего 19,7% опрошенных используют нейросети в работе.

**Таким образом, если начать активнее их использовать, можно получить преимущество над большинством конкурентов.**

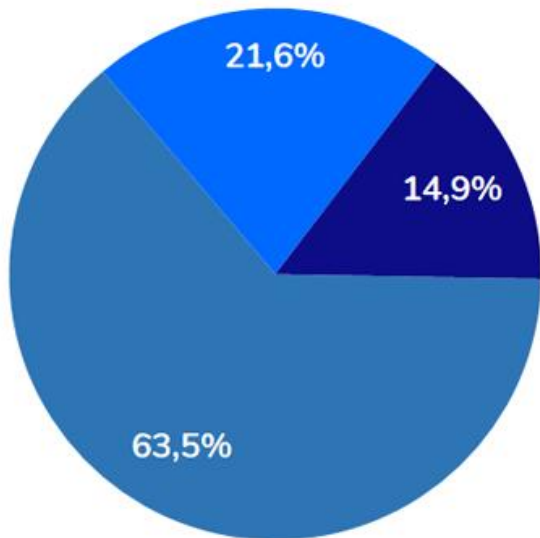
# Изменилась ли эффективность линкбилдинга в Яндексе за последний год?



Больше половины опрошенных, 54,9%, сказали, что влияние ссылок в Яндексе осталось на том же уровне, что и год назад.

■ Не поменялась    ■ Повысилась    ■ Понизилась

# Изменилась ли эффективность линкбилдинга в Google за последний год?



■ Не поменялась

■ Повысилась

■ Понизилась

Для Google чуть иная картина. Здесь уже 63,5% уверенных, что влияние ссылок не изменилось. Вместе с тем больше SEO-специалистов заметили, что линкбилдинг стал еще важнее.

Учитывая то, что 70,7% сайтов продвигаются под обе поисковые системы, вероятно, имеет смысл больше ориентировать закупку ссылок в сторону требований Google.

# Изменилась ли в целом эффективность линкбилдинга за последний год? **Sape**



**Рамазан Миндубаев**

Руководитель SEO в агентстве  
[TRINET.Group](#)

— Есть ощущение, что в Яндексе эффективность линкбилдинга повысилась, а вот в Google за последнее время не изменилась.

# Изменилась ли в целом эффективность линкбилдинга за последний год? **Sape**



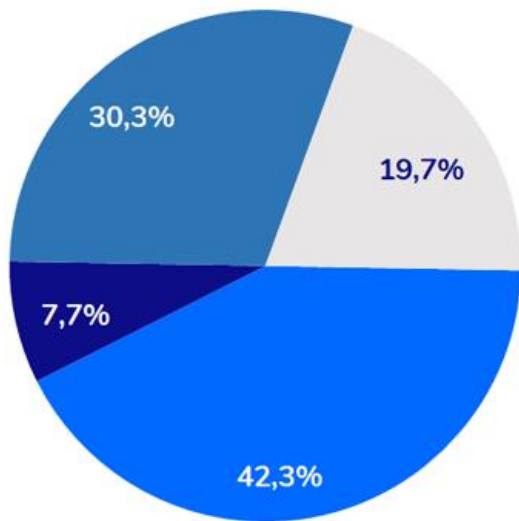
**Вячеслав Шепелев**

Руководитель отдела  
поискового продвижения

[Demis Group](#)

— Мы стали делать больший упор на вечные ссылки, чтобы ссылочный профиль был более естественным. А так глобальных существенных изменений в сфере линкбилдинга за последние годы нет.

# Как изменилась цена на ваши SEO-услуги за последний год?



**Большинство SEO-специалистов, 42,3%, повысили цену на свои услуги. Лишь 7,7% опрошенных понизили тарифы.**

Отметим, что в выборку ответов попали 19,7% респондентов, которые являются специалистами в штате и не оказывают лично платные SEO-услуги.

■ Повысилась ■ Понизилась ■ Не изменилась ■ Не оказываю платные SEO-услуги



# Что еще стоит отметить из мнений респондентов

Sape



**Михаил Шакин**

Автор блога [Shakin.ru](https://shakin.ru)

— Думаю, нейросети придут не только в создание текстов и картинок, но и в линкбилдинг. Появятся новые инструменты, которые будут экономить время на покупке или добыче ссылок.



**Родион**

Фрилансер

— Думаю, будет меньше мест для размещения ссылок, продолжится рост влияния поведенческих и отзывов. Очень сильный рост Black SEO, связанного с отзывами и негативной накруткой поведенческих конкурентам. Продолжится усложнение SEO в целом в связи с введением новых алгоритмов Яндекса и Google, связанных с нейросетями и их самообучением.



**Дмитрий**

Фрилансер

— Ожидаю, что популярность Яндекса и ВКонтакте еще вырастет. Реклама в Яндексе подорожает, SEO в Google подорожает намного, SEO в Яндексе тоже (но не так сильно, как реклама).



**Артем Каминский**

Руководитель группы специалистов по поисковому продвижению [Ingate](https://ingate.ru)

— Возможно, будет ужесточение фильтров в Яндексе по поведенческим факторам.

# Благодарности

Sape<sup>®</sup>

## Говорим спасибо:

- экспертам и респондентам за предоставленные ответы;
- читателям за интерес.

Хотите опубликовать материал, получить экспертный комментарий или заказать подобное исследование? Пишите на почту [support@sape.ru](mailto:support@sape.ru) с темой «Исследование Sape».

Sape<sup>®</sup>

Sape<sup>®</sup> sapient  
solutions

LinksSape<sup>®</sup>

AdvisorSape<sup>®</sup>

Serpzilla<sup>®</sup>

RTBSape<sup>®</sup>

Repometr<sup>®</sup>

SalistSape<sup>®</sup>

WizardSape<sup>®</sup>

Sape Agency<sup>®</sup>